

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERCEIVED OF RISK  
DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK SKINTIFIC DI E-COMMERCE SHOPEE**

**SKRIPSI**



**OLEH:  
SITI ANJANI NASIROH  
112010690**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PELITA BANGSA  
BEKASI  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERCEIVED OF RISK  
DAN CUSTOMER TRUST TERHADAP MINAT BELI  
PRODUK SKINTIFIC DI E-COMMERCE SHOPEE**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam  
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

**SKRIPSI**



**OLEH:**  
**SITI ANJANI NASIROH**  
**112010690**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PELITA BANGSA**  
**BEKASI**  
**2024**

## **LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Siti Anjani Nasiroh  
NIM : 112010690  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Perceived of Risk dan  
Customer Trust Terhadap Minat Beli Produk  
Skintific di E-commerce Shopee

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian tugas akhir/skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 15 Juli 2024  
Pembimbing,



Syahrul Alim  
NIDN : 0423037003

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERCEIVED OF RISK DAN  
CUSTOMER TRUST TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC DI E-  
COMMERCE SHOPEE**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Siti Anjani Nasiroh

112010690

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar ahli Sarjana Manajemen.

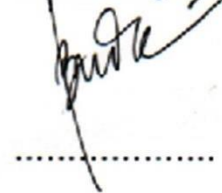
**SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI**

Ketua Penguji,

Ir. Kurbandi Satpatmanto BR.,M.M.,D.B.A

NIDN : 0406046703

Tanda Tangan



Anggota Penguji

Dr. RR Wening Ken Widodasih, S.H., M.M

NIDN : 0413056903

Tanda Tangan



Mengetahui,

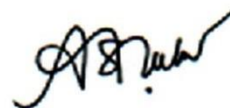
Ka.Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc

NIDN : 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M

NIDN : 0404046508

## **PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Anjani Nasiroh  
NIM : 1102010690  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Ahli Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 27 Juli 2024

Tanda tangan

  
  
Siti Anjani Nasiroh

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Suatu hari aku akan duduk dan memberi selamat kepada diriku sendiri, lalu tersenyum dan berkata ‘itu sulit tapi aku berhasil’.”

“Tak semua usaha itu dipermudah, tapi semua yang berusaha pasti akan berbuah. Jangan lupa untuk selalu libatkan Allah.”

Karya ini dipersembahkan untuk :

1. Ayahku, Ahmad Sobrawi. Yang sudah menjadi cinta pertama dan pahlawan dihidup penulis. Sosok yang tidak pernah kenal lelah dan selalu memprioritaskan keluarga. Terimakasih penulis ucapkan karena selalu berusaha kuat ditengah keadaan yang terasa berat. Terimakasih karena sudah mengajarkan arti hidup dan mendidik menjadi pribadi yang tegar.
2. Ibuku, Yesi Susanti. Pintu surgaku dan panutan dihidupku. Terimakasih sebanyak-banyaknya penulis ucapkan atas doa yang selalu dipanjatkan, cinta dan kasih yang selalu tercurah dan pengorbanan yang tak terhingga. Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat dalam hidup penulis. Terimakasih sudah menjadi tempat untuk pulang, bu. Semua akan penulis usahakan untuk Ibu.
3. Kakak dan adikku tercinta, Hafitia Nazihah dan Laila Nur Ramadhani. Terimakasih atas doa, cinta dan support yang selalu diberikan. Terimakasih sudah menjadi teman bertumbuh yang hebat dan selalu ikut serta dalam perjalanan penulis baik suka maupun duka.
4. Lelaki yang selalu membersamai penulis, Eto Winardi. Terimakasih atas ketulusan dan cinta yang hebat untuk penulis. Terimakasih karena selalu berusaha menjadi garda terdepan untuk penulis dan selalu menemani disegala kondisi. Semoga niat baik kita dipermudah dan cinta tidak pernah berubah.
5. Sahabat-sahabatku tersayang yang sudah menjadi support system untuk penulis. Terimakasih karena berusaha selalu ada untuk penulis.
6. Dan terimakasih untuk diriku sendiri karena sudah berjuang keras dalam mencapai semua. Terimakasih karena tidak pernah mengenal kata menyerah. Mari tumbuh lebih kuat dan gapai semua Impian.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji hanya milik Allah SWT, Tuhan semesta alam atas segala Rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Kualitas Produk, Perceived of Risk* dan *Customer Trust* Terhadap Minat Beli Produk Skintific di E-commerce Shopee”. Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan agar bisa Menyusun skripsi ini dengan lancar.
2. Bapak Hamzah Muhammad M.,SKM.,M.M. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
3. Ibu Preatmi Nurastuti., S.E.,MM selaku Dekan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril dan materil kepada penulis.
4. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis proposal skripsi mahasiswa.
5. Bapak Syahrul Alim selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis.
7. Kedua Orang Tua dan Keluarga Tercinta yang telah memberika doa, dorongan semangat serta pengertian yang besar kepada penulis baik selama mengikuti perkuliahan maupun menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak keterbatasan pada susunan skripsi ini sehingga kritik dan saran sangat diharapkan demi perbaikan penulisan hasil penelitian dikemudian hari, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu dimasa yang akan datang.

Bekasi, 27 Juli 2024  
Tanda tangan

Siti Anjani Nasiroh



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang 1	
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1. Landasan Teori .....	7
2.1.1. Minat Beli Online .....	7
2.1.2 E-commerce.....	10
2.1.3 Kualitas Produk.....	13
2.1.4 Perceived of Risk .....	16
2.1.5 Customer Trust .....	18
2.2. Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Hipotesa dan Model Penelitian.....	25
2.3.1 Hipotesa.....	26
2.3.2 Model Penelitian .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Jenis dan Desain Penelitian .....	28
3.1.1 Jenis penelitian.....	28
3.1.2. Desain Penelitian .....	28
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	30
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	31
3.3.1 Definisi Operasional Variabel .....	31
3.3.2 Skala Pengukuran Variabel .....	34
3.4 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel .....	34
3.4.1 Populasi .....	34
3.4.2 Sampel.....	35
3.5 Jenis, Sumber dan Teknik Pengambilan Data.....	35
3.5.1 Jenis Data .....	35

3.5.2 Sumber Data .....	35
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6 Metode Analisis Data.....	36
3.6.1 Analisa Outer Model.....	37
3.6.2 Analisa Inner Model.....	38
3.6.3 Analisa Hipotesa.....	38
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	39
4.1.1 Sejarah Skintific.....	40
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Karakteristik Responden .....	42
4.2.2 Analisa Outer Model.....	44
4.2.3 Analisa Inner Model.....	49
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	51
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>53</b>
5.1. Kesimpulan .....	53
5.2. Saran .....	
5.3. 53	
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3. 2 Bobot Penilaian Skala Likert .....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	47
Tabel 4. 5 Outer Loading .....	48
Tabel 4. 6 Nilai Average Variance Extracted (AVE) .....	50
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Reliabilitas Masing-Masing Variabel .....	51
Tabel 4.8 Nilai R-Square.....	53
Tabel 4.9 Patch Coefficient .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Penelitian.....	28
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	31
Gambar 4. 2 Path Outer Model.....	48
Gambar 4. 3 Grafik Average Variance Extracted (AVE) .....	52
Gambar 4. 4Grafik Cronbach's Alpha .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Maping Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	62
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian .....	64
Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Penelitian Kuesioner.....	70
Lampiran 4 Karakteristik Responden .....	80
Lampiran 5 Hasil Uji Outer Model.....	83
Lampiran 6 Hasil Uji Inner Model .....	86

***The Effect Of Product Quality, Perceived Of Risk And Customer Trust On Purchasing Interest Of Skintific Products In Shopee E-Commerce***

Siti Anjani Nasiroh <sup>1)</sup>  
Syahrul Alim <sup>2)</sup>

***ABSTRACT***

*Consumer purchase interest in products on Shopee e-commerce is increasing along with technological developments and changes in shopping behavior. Product quality, perceived risk, and customer trust are important factors that influence consumer purchase interest. This study aims to analyze the influence of product quality, perceived risk, and customer trust on the purchase interest of Skintific products on Shopee e-commerce. This research uses a quantitative method by distributing questionnaires to consumers of Skintific products on Shopee e-commerce. The data were analyzed using SmartPLS software to determine the effect of independent variables on the dependent variable. The results of the study indicate that product quality, perceived risk, and customer trust have a positive and significant effect on the purchase interest of Skintific products on Shopee e-commerce, with the t-statistic value greater than the t-table value and a significance value less than 0.05. Product quality, perceived risk, and customer trust are important factors that can increase consumer purchase interest in Skintific products on Shopee e-commerce.*

***Keywords:*** *product quality, perceived risk, customer trust, purchase intention*

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERCEIVED OF RISK DAN  
CUSTOMER TRUST TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINTIFIC DI  
E-COMMERCE SHOPEE**

Siti Anjani Nasiroh <sup>1)</sup>  
Syahrul Alim <sup>2)</sup>

**ABSTRAK**

Minat beli konsumen terhadap produk di e-commerce Shopee semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku belanja masyarakat. Kualitas produk, persepsi risiko, dan kepercayaan pelanggan menjadi faktor penting yang mempengaruhi minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, persepsi risiko, dan kepercayaan pelanggan terhadap minat beli produk Skintific di e-commerce Shopee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen produk Skintific di e-commerce Shopee. Data dianalisis menggunakan software SmartPLS untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi risiko, dan kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Skintific di e-commerce Shopee. Dengan nilai *t hitung* lebih besar dari *t tabel* serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,5..Kualitas produk, persepsi risiko, dan kepercayaan pelanggan merupakan faktor-faktor penting yang dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk Skintific di e-commerce Shopee.

Kata kunci : kualitas produk, persepsi risiko, kepercayaan pelanggan, minat beli